

HEART DISEASE *doesn't* CARE WHAT YOU WEAR—IT'S THE #1 KILLER OF WOMEN



THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

## DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA *THE HEART TRUTH*

### **La verdad es que las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres**

Únicamente un tercio de las mujeres saben que las enfermedades del corazón constituyen la amenaza más seria para su salud y la mayoría de ellas no asocia los factores de riesgo, como presión sanguínea alta y colesterol alto, con su riesgo personal

de desarrollar una enfermedad del corazón. La verdad es que una de cada tres mujeres muere debido a una enfermedad del corazón.

### **Campaña *The Heart Truth*: mensajes serios para la salud del corazón de la mujer**

El National Heart, Lung, and Blood Institute (NHLBI), parte del National Institute of Health, U.S. Department of Health and Human Services (DHHS) está patrocinando una campaña nacional de concienciación llamada *The Heart Truth* conjuntamente con: American Heart Association; Office on Women's Health, el U.S. Department of Health and Human Services; WomenHeart: the National Coalition for Women with Heart Disease; y demás organizaciones comprometidas con la salud y el bienestar de la mujer.

La campaña está dirigida principalmente a mujeres de 40 a 60 años, ya que éste es el período en el que comienza a aumentar el riesgo de que una mujer desarrolle enfermedades del corazón. Sin embargo, nunca es demasiado pronto ni demasiado tarde para tomar medidas tendentes a prevenir y controlar los factores de riesgo, ya que las enfermedades del corazón se desarrollan con el correr del tiempo y pueden comenzar a una edad temprana, incluso en la adolescencia.

La campaña advierte a las mujeres sobre las enfermedades del corazón y les brinda las herramientas para que tomen medidas frente a los factores de riesgo. Su mensaje está acompañado por un soporte visual, el vestido rojo, que se utiliza como símbolo nacional para la mujer y la concienciación sobre las enfermedades del corazón.

## **¿Qué tiene que ver un vestido rojo con todo esto?**

El símbolo del vestido rojo relaciona la atención de la mujer por su “ser exterior” con la necesidad de centrarse también en su “ser interior” y en su corazón. Un simple vestido rojo funciona como una alerta roja para que el mensaje se escuche alto y claro. “Al corazón no le importa cómo te vistes. Las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres.”

## **Componentes de la campaña**

La campaña *The Heart Truth* y su The Red Dress Project (Proyecto del Vestido Rojo) incluyen:

- materiales instructivos para que las mujeres aprendan sobre las enfermedades
- del corazón y cómo reducir sus riesgos
- el broche del vestido rojo como símbolo del mensaje de la mujer y de la
- concienciación sobre las enfermedades del corazón
- fotos e historias persuasivas de mujeres de la vida real que cuentan cómo las
- enfermedades del corazón cambiaron sus vidas
- publicidad del servicio público nacional
- asociaciones con organizaciones nacionales sin fines de lucro afianzadas en el
- nivel local para ampliar el alcance y el mensaje de la campaña
- asociaciones con empresas para ampliar los recursos y mejorar la notoriedad
- del mensaje de *The Heart Truth*

Para obtener más información y para ver o solicitar materiales de la campaña *The Heart Truth*, visite las páginas Web de la campaña en:  
<http://www.nhlbi.nih.gov/health/hearttruth>.

Los recursos adicionales sobre enfermedades del corazón también están disponibles en:

[http://www.nhlbi.nih.gov/health/prof/heart/latino/lat\\_pat.htm](http://www.nhlbi.nih.gov/health/prof/heart/latino/lat_pat.htm)

[http://www.nhlbi.nih.gov/health/prof/heart/latino/lat\\_pro.htm](http://www.nhlbi.nih.gov/health/prof/heart/latino/lat_pro.htm)

## **Antecedentes de la campaña**

La campaña *The Heart Truth* comenzó como respuesta a las recomendaciones de más de 70 expertos en la salud de la mujer que se reunieron en marzo de 2001 para desarrollar un plan de acción a escala nacional tendente a reducir la incidencia de las enfermedades del corazón en la mujer.

La campaña se desarrolló con aportes de organizaciones asociadas y grupos de debate realizados en todo el país. Estos grupos revelaron que la mayoría de las mujeres subestima su riesgo personal y no comprende acabadamente el impacto devastador que las enfermedades del corazón provocan en la vida y en la familia de quien las sufre. El estudio de investigación sostiene la necesidad urgente de informar a la mujer sobre los riesgos de las enfermedades del corazón y cómo disminuirlos.

A medida que se desarrolló la campaña *The Heart Truth*, se hizo evidente la necesidad de contar con recordatorios que vinculen a la mujer con las enfermedades del corazón. En febrero de 2003, *The Heart Truth* lanzó su Proyecto del Vestido Rojo en la semana de la moda de Mercedes-Benz (Mercedes-Benz Fashion Week), colocando el tema de la mujer y las enfermedades del corazón en el primer plano a escala nacional. Este lanzamiento consolidó al vestido rojo como el nuevo símbolo deslumbrante para la mujer y la concienciación sobre las enfermedades del corazón.

**Socios de la campaña *The Heart Truth*:**

***National Heart, Lung, and Blood Institute***

<http://www.nhlbi.nih.gov/health/hearttruth>, 301-592-8573, TTY: 240-629-3255

***American Heart Association***

<http://www.americanheart.org/simplesolutions>, 1-800-MY-HEART

***Office on Women's Health, DHHS***

***National Women's Health Information Center***

<http://www.womenshealth.gov>, 1-800-994-WOMAN, TTD: 1-888-220-5446

***WomenHeart: the National Coalition for Women with Heart Disease***

<http://www.womenheart.org>, 202-728-7199

***Nebraska Department of Health & Human Services***

<http://www.hhss.ne.gov/hearttruth>



Nebraska Department of Health & Human Services  
Cardiovascular Health Program  
Office of Women's Health  
Office of Minority Health